

CAPÍTULO III

MUNICÍPIOS E TURISMO CRIATIVO: O CASO DE REGUENGOS DE MONSARAZ, BEJA E MÉRTOLA

Noémi Marujo – Universidade de Évora/CIDEHUS

Jaime Serra – Universidade de Évora/CIDEHUS

Maria do Rosário Borges – Universidade de Évora/CIDEHUS

Maria João Macedo – Município de Beja

André Tomé – Município de Beja

João Rolha – Município de Mértola

João Paulo – Município de Reguengos de Monsaraz

1. Introdução

A importância económica da atividade turística e a natureza sociocultural do fenómeno turístico são evidências indiscutíveis nos municípios onde o turismo se desenvolve. O turismo é uma atividade que consome territórios e, por isso, os municípios têm um papel relevante no desenvolvimento turístico local. Mas, o desenvolvimento não pode ser apenas económico. Deve, também, considerar os valores culturais, sociais e naturais da comunidade. A este propósito, Vieira (2007) refere que é importante “respeitar os valores e a qualidade de vida das comunidades de acolhimento, a qualidade do ambiente (princípio do desenvolvimento sustentável) e dos recursos naturais, as exigências de natureza cultural (princípio da preservação dos valores culturais) e da satisfação dos visitantes” (p.22).

Henriques (1990) argumenta que o desenvolvimento local consiste num processo de diversificação e de enriquecimento das atividades sociais e económicas sobre um território, especialmente a partir da mobilização e da coordenação dos recursos que oferece e das suas sinergias. Assim, e ainda segundo Henriques (1990), tal desenvolvimento será “o

produto dos esforços da sua população e pressuporá a existência de um projeto de desenvolvimento integrando as suas componentes económicas, sociais e culturais. Finalmente, fará de um espaço de contiguidade física um espaço de solidariedade ativa” (p. 29).

Se o desenvolvimento local consiste na valorização dos territórios e das comunidades locais, então as singularidades de cada município passam a ser encaradas como atributos centrais para as estratégias de desenvolvimento competitivas. Nessas particularidades estão os recursos culturais e naturais que são transformados em oferta turística e que, de certa forma, contribuem para o desenvolvimento turístico de um município.

A atividade turística tem um papel essencial na economia de muitos municípios. De facto, o turismo pode contribuir para aumentar a oferta de emprego, melhorar a qualidade de vida da população, ajudar a preservar e promover os recursos culturais e naturais e, ainda, revitalizar as economias locais, etc. Para atrair turistas um município deve, pois, afirmar-se pelas diferenças que tem em relação aos outros. Por isso muitos concelhos, para tornarem o seu território atrativo, procuram desenvolver e oferecer produtos diferenciadores como, por exemplo, o turismo criativo. Para Ferreira, Gonzalez e Liberato (2018), nos municípios “o turismo criativo assume-se como agente ativo na valorização do território e na preservação da herança cultural local/regional, ou seja, é uma boa prática para promover o desenvolvimento local sustentável” (p. 15).

O presente capítulo pretende apresentar os projetos que os municípios de Reguengos de Monsaraz, Mértola e Beja desenvolveram e oferecem na área do turismo criativo. Os três municípios surgem referenciados neste capítulo do presente livro porque foram selecionados para integrarem o projeto CREATOUR.

2. Município de Reguengos de Monsaraz: O Projeto ‘Casa do Barro’

O concelho de Reguengos de Monsaraz é constituído por quatro freguesias (Corval, União das Freguesias de Campo e Campinho, Monsaraz e Reguengos de Monsaraz), e todas apresentam potencialidades para o desenvolvimento da oferta de turismo criativo. O concelho, para além de ter um património histórico considerado bastante rico, possui uma forte

identidade marcada pelos usos e costumes tradicionais que, na sua essência, se refletem de forma evidente na gastronomia, nos vinhos e no artesanato. O território oferece aos visitantes um património histórico, arquitetónico, arqueológico, paisagístico e ambiental genuíno e bastante valioso. Proporciona, ainda, uma enorme experiência etnográfica nas artes e ofícios tradicionais.

No artesanato destaca-se, particularmente, a olaria de São Pedro do Corval que, segundo Conde (2013), é “uma das expressões patrimoniais em que não podemos dissociar a dualidade entre o património material e o imaterial, aliando de forma sábia os princípios clássicos da utilidade e da beleza” (p. 10). A olaria de São Pedro do Corval faz parte da história e da cultura do concelho de Reguengos de Monsaraz, a qual se considera o maior centro oleiro de Portugal (CMRM, 2020). A aldeia de São Pedro do Corval localiza-se numa zona de vale fértil, junto a encostas graníticas, rodeadas de xistos silurianos, “propiciando boa produção de azeite e citrinos bem como zonas de manto argiloso, de boa argila castanha comum, dentro da grande divisão que podemos estabelecer entre zonas de caulinos, de argilas especiais refractárias e de argilas comuns ou barros vermelhos” (Conde, 2013, p. 19).

Para Read (1973), a “olaria é, ao mesmo tempo, a mais simples e a mais difícil de todas as artes. É a mais simples porque é a mais elementar; é a mais difícil porque é a mais abstrata” (p. 32). Segundo Conde (2013), a olaria é um património que deve ser reconhecido e acarinhado, especialmente “enquanto prática cultural, ainda património vivo, e que confere à atividade oleira de S. Pedro do Corval um sentido de identidade a que devemos procurar garantir a continuidade” (p. 10). De acordo com a mesma autora, o barro “adquire, a partir do saber herdado pelo homem não só estatuto de utilidade como de beleza; saber moldá-lo, recriar, reproduzir, mas também criar e conceber novas formas, é um desafio para os homens que merecem o estatuto de *Mestres Oleiros* e que marcam no tempo histórico a bíblica relação entre o barro e o homem” (Conde, 2013, p. 13). A olaria faz parte do *modus vivendi* de um povo. Para Fernandes (2003), a olaria “é uma exigência coletiva da comunidade que satisfaz e serve, é a resposta às suas necessidades básicas. A olaria é património de uma comunidade, não de um homem” (p. 20).

A olaria de São Pedro do Corval sempre atraiu visitantes. Segundo

Conde (2013) a aldeia, em 1960, já tinha cerca de 24 olarias e, portanto, “...por esta altura, mais precisamente em 1965, também a imprensa regional noticiava a existência de um núcleo museal bem apetrechado na aldeia, sendo motivo de visita” (p. 25). De facto, esta localidade possui um património cultural em olaria muito relevante que, em muitos casos, está associado ao quotidiano da população local. Ou seja, em São Pedro do Corval, a arte de trabalhar o barro simboliza a identidade cultural da localidade. A arte de saber trabalhar o barro é uma verdadeira marca que diferencia o território e, segundo Santos e Silva (2015), “é inegável que esse ofício desempenha um papel fundamental na consolidação da região como destino turístico cultural, dando consistência à movimentação de pessoas que buscam especificidades, particularidades, identidades e patrimónios dos territórios visitados” (p. 957).

A olaria de São Pedro do Corval, ainda segundo Conde (2013), dispõe de “um saber-fazer específico, o trabalho do barro”, onde existem “as práticas tradicionais, algumas oficinas que conservam ainda as características originais, conhecem-se as técnicas e os saberes que estão associadas à feitura das peças até ao surgir do objeto final” (p. 100).

2.1. A ‘Casa do Barro – Centro Interpretativo da Olaria de São Pedro do Corval’ e o Projeto CREATOUR

Na aldeia de São Pedro do Corval, os artesãos trabalham peças em barro que, de certa forma, dão continuidade à tradição de fabrico de louça tosca, vidrada e decorativa, que muitos garantem ter “extraordinário valor estético e etnográfico” (CMRM_v, 2020). A olaria de São Pedro do Corval está associada aos hábitos e costumes que espelham a vida rural da referida comunidade. Ou seja, está intimamente ligada ao quotidiano rural da aldeia. Em algumas oficinas, ainda é possível encontrar peças de barro trabalhadas por artesãos que mantêm a tradição secular de fabrico.

O Centro Interpretativo da Olaria em São Pedro do Corval (Casa do Barro) é da responsabilidade do Município de Reguengos de Monsaraz, e foi criado para promover a olaria na referida localidade e, também, assegurar a sustentabilidade desta arte. Tem ainda como objetivos a divulgação e promoção das tradições oleiras no concelho. Pretende, também,

proporcionar a todos os visitantes o conhecimento e a aprendizagem sobre a olaria e o barro (CMRM_b, 2020).

A Casa do Barro, localizada numa antiga olaria, é fulcral na preservação da arte oleira que serve, especialmente, de âncora a toda a atividade. Neste espaço o visitante pode encontrar fragmentos da história associados à comunidade. O espaço contempla dois fornos de lenha antigos, nos quais a louça de barro era cozida. É possível também apreciar um tino onde se coava o barro e, ainda, rodas de oleiro. Sublinhe-se que a recuperação da antiga olaria permite recriar o ciclo do barro. Ou seja, oferece ao participante uma experiência educativa sobre o ciclo do barro que vai desde a recolha da matéria prima nos barreiros locais até à produção da peça final.

No âmbito do projeto CREATOUR, a 'Casa do Barro – Centro Interpretativo da Olaria de São Pedro do Corval' oferece aos visitantes, através do contacto direto com a comunidade local, um conjunto de experiências culturais e criativas. As propostas do Município de Reguengos de Monsaraz para desenvolver um projeto de turismo criativo são as seguintes:

a) Realização de um ciclo de conferências para abordar a temática do processo de produção tradicional das peças de olaria de São Pedro do Corval, desde a extração do barro até à sua cozedura;

b) Promoção de *Workshops* de extração de barro dos barreiros, de trabalho na roda, de cozedura das peças, de pintura de louça e, ainda, de todo o processo de produção de talhas;

c) *Workshops* práticos, destinados a crianças e jovens que integrem jardins de infância, escolas, ateliers de tempos livres, bem como escolas profissionais e institutos da mesma natureza;

d) Promover a olaria aliada à gastronomia. Sublinhe-se que, inicialmente, a louça de barro era de natureza essencialmente utilitária. Isto é, servia para a confeção de alimentos e para o armazenamento de alimentos e bebidas. As mulheres cozinhavam em utensílios de barro, e era nesses utensílios que transportavam as refeições aos seus familiares que trabalhavam no campo, nomeadamente na agricultura. Com o aparecimento do plástico, material mais resistente e de menor custo, a louça de barro começou a adquirir uma natureza mais decorativa. Todavia, e segundo alguns testemunhos, os alimentos confecionados no barro apresentam

características únicas, tornando as refeições singulares. Por isso, em algumas casas ou restaurantes os alimentos são confeccionados em peças de barro. Neste sentido, a Casa do Barro pretende organizar eventos gastronómicos em São Pedro do Corval (e também ao nível concelhio) que contarão com a confeção de alimentos em utensílios de barro.

A 'Casa do Barro - Centro Interpretativo da Olaria de São Pedro do Corval' preserva a beleza e a criação da arte oleira. Pretende valorizar o que os outros valorizaram. Trata-se, de facto, de um espaço importante para o futuro da arte oleira da referida aldeia, pois promove e divulga a olaria enquanto património material e imaterial.

2.1.1. Projeto 'Oleiro por um Dia'

No âmbito do Projeto CREATOUR, a 'Casa do Barro - Centro Interpretativo da Olaria de São Pedro do Corval' criou a iniciativa 'Oleiro por um Dia'. Nesta atividade, os participantes entram diretamente em contacto com o barro onde, de certa forma, utilizam os cinco sentidos. No entanto, a criação de uma peça depende muito das mãos, as quais, segundo Fernandes (2003), "são o melhor instrumento que temos para criar. As mãos são, em todas as artes, os artífices do pensamento (...) As mãos são, pois, um prolongamento do pensamento e, sem dúvida, um excelente meio de comunicação. As mãos são um notável meio para criar e o barro, um exímio modo de modelar com o auxílio das mãos" (p.17).

Figura 1 - *Workshop "Oleiro por um Dia"*



Fonte: Arquivo do Município de Reguengos de Monsaraz (2018)

Na Figura (1) pode-se observar os participantes a experienciarem a

arte de trabalhar o barro, num dos eventos realizados. O perfil dos visitantes é diversificado e abrange desde os seniores aos mais jovens. Alguns dos mais jovens presentes tiveram um primeiro contacto com a arte de trabalhar o barro e a sua pintura. Para os outros participantes (perfil sénior, etc.) foi uma oportunidade para levarem algo de novo consigo sobre a arte oleira. O evento serviu, também, para conhecerem e aprenderem sobre a identidade cultural de um povo ligado à olaria.

No final da atividade, todos os participantes avaliaram de forma positiva a experiência e também referiram que a arte oleira parecia ser muito ‘simples de executar’. Todavia, após experienciarem a atividade, compreenderam a enorme complexidade de todo o processo de construção de uma peça na roda de oleiro. De facto, a arte oleira requer concentração e habilidade. Segundo Fernandes (2003), o encanto da olaria está na “magia da sua criação” e na “beleza das formas que possui” (p. 19), sendo este o encanto que motiva muitos turistas a experimentarem algo genuíno e diferente.

Conclui-se que a ‘Casa do Barro’ em São Pedro do Corval procura, através das suas iniciativas, preservar a identidade de um ofício que fez e continua a fazer parte da vida quotidiana da população. A integração da Casa do Barro - Centro Interpretativo da Olaria de São Pedro do Corval - no projeto CREATOUR foi fundamental para o planeamento de novas iniciativas relacionadas com a olaria. Por outro lado, o CREATOUR possibilitou o conhecimento de novas realidades e, também, o estabelecimento de relações com outras entidades. Foi possível, através do CREATOUR, verificar a importância que o turismo criativo tem na valorização do património material e imaterial de uma localidade.

3. Município de Mértola: O Projeto ‘Caminhadas Criativas’

A singularidade natural e cultural da vila de Mértola atrai visitantes de várias partes do mundo. Segundo Jesus (2002), Mértola é uma localidade “paisagisticamente muito rica, que alia às vastas áreas de montado e azeite a beleza de um rio que corre em vales apertados. Seduz também pelo seu valioso património humano: monumental e artístico; arquitetónico; etnográfico e gastronómico” (p. 18).

No quadro da estratégia municipal para o setor do turismo (CMM, 2017), é assumido que “o projeto turístico de Mértola tem uma base profundamente patrimonial, cultural e arqueológica decorrente do trabalho levado a cabo por várias entidades locais nas áreas da investigação arqueológica, da preservação e valorização do património histórico-cultural em presença no território” (p.1). Neste âmbito, muito contribuiu o projeto de investigação arqueológica iniciado nos últimos anos da década de 70 do séc. XX, que deu origem ao campo arqueológico de Mértola, o qual permitiu um claro processo de musealização dos vestígios encontrados. Este processo permitiu o início de um importante processo de desenvolvimento turístico local.

Ainda no campo do turismo, Mértola tem apostado em estratégias que oferecem experiências únicas e memoráveis para os seus visitantes, mas também para aqueles que são residentes no referido concelho (Brás, 2016). O potencial turístico da região assenta particularmente em três eixos: o património histórico-cultural; o rio Guadiana e o montado. Segundo Jesus (2002), o concelho tem para oferecer aos visitantes “um ambiente tranquilo e sossegado aliado a uma paisagem de inegável valor estético recheada de elementos naturais e humanos. Uma região com uma importante componente etnográfica, de tradições, folclore e gastronómica assentes na hospitalidade da população” (p. 46).

A atividade turística no concelho de Mértola é, de facto, um setor estratégico para o desenvolvimento económico do território. A melhor forma de garantir a sustentabilidade do setor do turismo no concelho é, sobretudo, através do seu planeamento e gestão, traçando objetivos, permitindo a promoção e manutenção da qualidade ambiental, patrimonial, apostando na qualidade e certificação dos produtos turísticos e, também, valorizando a identidade cultural da comunidade.

Para dinamizar a atividade económica através do turismo e melhorar a qualidade de vida da população nasceu, em 2004, a MERTURIS (Empresa Municipal de Turismo) que teve como principais objetivos: a) conceção e desenvolvimento de produtos turísticos; b) estabelecimento de uma rede de distribuição turística; c) desenvolvimento de políticas e ações de incentivo à atração/fixação da indústria turística no concelho; d) criação de condições para a promoção e desenvolvimento de uma cultura turística

e, também, ações de mobilização das populações que visem melhorar a aceitação/participação das mesmas no novo modelo de desenvolvimento e apoiar os investidores que querem investir no concelho (Pedroso, 2007).

Para além do património cultural material e imaterial, que marca a identidade cultural da região e é motivo de atração para muitos visitantes, a oferta turística do concelho de Mértola centra-se também no património natural, do qual emerge o turismo de *birdwatching*, inserido no Parque Natural do Vale do Guadiana. De facto, Mértola é um território de excelência para a prática do *birdwatching*. Na sua vasta dimensão geográfica, o concelho apresenta uma diversidade de *habitats* e, por isso, hospeda uma grande diversidade de espécies de aves.

Na paisagem cultural e natural destaca-se a oferta dos percursos pedestres que o concelho oferece como, por exemplo, o projeto das ‘Caminhadas Criativas’ que integrou o projeto CREATOUR. Refira-se que a paisagem, para além de constituir um recurso imprescindível para o desenvolvimento da atividade, é um elemento essencial para a promoção e captação do interesse de muitos turistas (Marujo e Santos, 2012).

3.1. A oferta em turismo criativo

O projeto ‘Caminhadas Criativas’, criado e dinamizado pelo Município de Mértola, fornece a oportunidade a quem visita o concelho de criar produtos artesanais, típicos do concelho, ao mesmo tempo que permite descobrir o potencial atrativo do turismo de natureza existente no território. O projeto propõe um conjunto de circuitos turísticos compostos por itinerários pedestres com guia, associados a experiências criativas. Refira-se que os circuitos podem ter o seu foco na dimensão da caminhada (*Tour Caminhadas Criativas – Caminhadas com experiências*) ou na dimensão da criatividade (*Residências Criativas – Experiências com caminhadas*). A dimensão da caminhada encontra suporte na identidade geográfica e paisagística do território. A dimensão da criatividade assenta nos elementos da sua identidade cultural, nomeadamente em produtos, bens, vivências, valores, história, artes e ofícios.

O projeto pressupõe uma metodologia participativa com operadores turísticos, produtores, artistas e artesãos locais para criar um produto

turístico de valor acrescentado, diferenciador e base sustentável. Sublinhe-se que na oferta do programa proposto aos participantes do produto ‘Caminhadas Criativas’, a envolvimento e a exploração dos recursos endógenos locais são características marcadamente diferenciadoras neste produto de turismo criativo.

No âmbito do CREATOUR foi criada a iniciativa ‘Parta à descoberta das ervas aromáticas e plantas medicinais do Vale do Guadiana’. Esta atividade tem como objetivos: a) A caminhada como forma de conhecer paisagens, processos, objetos, vivências, valores e identidades próprias do território; b) A caminhada como processo de inspiração e mote para a criação e criatividade. Nestas caminhadas, os participantes são convidados a conhecerem a flora aromática local, as paisagens que a envolvem, os produtores e os processos, os produtos, aromas e sabores que são originárias do concelho (Figura 2).

Figura 2- Caminhadas Criativas



Fonte: Katleen Becker (2019)

Na iniciativa ‘Caminhadas Criativas’, o participante envolve-se em atividades que realçam as experiências individuais procurando, principalmente, expandir o seu conhecimento. É um turista criativo exigente, que gosta de lugares poucos explorados e que direciona a sua procura para produtos diferenciados.

Saliente-se que todos os atores que intervêm no projeto ‘Caminhadas

Criativas' sabem que só através da experiência vivida sensorialmente é possível conseguir cativar o participante. Este é convidado a criar algo (um sabonete artesanal, um pão, uma açorda, uma infusão, uma produção gráfica, uma peça de ourivesaria, um novelo de lã, uma peça de arte, um postal, criar um jardim aromático, ...) ou somente a deixar uma ideia para o território que acabou de conhecer (Rolha, 2019). Ou seja, a atividade associa às caminhadas a experiência de conhecer um ou mais dos produtos, bens, vivências, valores e individualidades locais, de participar nos processos e de, a partir deste conhecimento e participação, proporcionar ao turista a possibilidade da interação e criação (Rolha, 2019).

No âmbito do projeto 'Caminhadas Criativas', o município procura apostar no aproveitamento dos recursos endógenos identificados nos processos de planeamento e gestão local, proporcionando as condições base para que as atividades desenvolvidas possam ser promovidas de forma sustentada, colocando em evidência as especificidades locais, valorizando o património cultural e preservando as tradições. Neste contexto, o projeto já beneficiou da vantagem competitiva assinalável de Mértola, nomeadamente na existência de parcerias efetivas entre várias entidades locais que atuam na área do sector do turismo e o envolvimento da comunidade local em processos de participação pública. Refira-se que, devido a esse trabalho desenvolvido, existe um reconhecimento tanto nacional como internacional focado nas parcerias estratégicas de desenvolvimento local, baseadas em metodologias participativas que mobilizam recursos da sociedade civil e sector empresarial, onde de forma conjunta refletem como deve ser a intervenção no território. Sublinhe-se que os recursos endógenos (naturais, culturais, humanos, etc.) são elementos fundamentais destas intervenções.

Conclui-se que o projeto 'Caminhadas Criativas' apresenta um programa genuíno com experiências autênticas que contribuem para o processo de aprendizagem do turista criativo, mas que também valorizam o património cultural e natural do concelho de Mértola.

4. Município de Beja: O Projeto 'Beja Experience'

O concelho de Beja apresenta fortes potencialidades turísticas, es-

pecialmente na área do património material e imaterial que funcionam como atrações para muitos visitantes e turistas. O património cultural (material e imaterial) faz parte da ‘alma’ de um povo e, por isso, a identidade cultural de uma sociedade é, de certa forma, interpretada através do seu património.

Para Shanks (1990), o património consiste numa “aglomeração emblemática de sítios, monumentos, objetos... significados e, acima de tudo, com um sentido de experiência e identidade” (p. 306), e assume-se como um signo cultural das sociedades. Segundo Becerra (1997), “o objetivo do património é garantir a sobrevivência dos grupos sociais e também interligar umas gerações com as outras” (p. 42). Neste sentido, o património, desempenha um papel muito importante no desenvolvimento das áreas rurais e urbanas (Pereiro, 2009).

Em muitos destinos, o património funciona como principal atração turística. Nunca se trabalhou tanto o património cultural, sobretudo a cultura imaterial, para o turismo como agora. O reconhecimento do património imaterial da humanidade pela UNESCO desencadeou o desenvolvimento do turismo nesta área em alguns concelhos. De facto, algumas localidades recorrem ao património imaterial para atraírem mais visitantes. Refira-se que o património imaterial está relacionado com a criação cultural das comunidades. Ou seja, está associado às tradições, festas, saberes e outras manifestações culturais que, segundo Ferreira (2014), “são passadas de geração em geração, especialmente, através da comunicação da sua herança cultural” (p. 4). No caso do património imaterial, o concelho de Beja possui uma rica história que pode ser um motivo para atrair visitantes à cidade.

No âmbito do Projeto CREATOUR foi desenvolvida a iniciativa ‘Beja Experience’. Trata-se de um programa de turismo criativo proposto pela Câmara Municipal de Beja que, para além de oferecer experiências enriquecedoras aos visitantes e/ou turistas, pretende valorizar e preservar o património imaterial do concelho.

4.1. A oferta em turismo criativo

O Projeto ‘Beja Experience’ oferece um programa de turismo criativo

que proporciona aos participantes uma oportunidade de envolvimento na cultura local, nomeadamente através de um conjunto de atividades de carácter formativo e experiencial associadas, nomeadamente, a algumas das manifestações culturais tradicionais mais representativas da identidade alentejana e do concelho de Beja: as artes e ofícios, o cante e a gastronomia. Note-se que uma das características do turismo criativo é a participação do turista na cultura que ele visita.

O 'Beja Experience' pretende oferecer ao turista criativo uma verdadeira interação com os promotores da cultura local acrescentando, desta forma, valor ao território enquanto destino turístico. Como afirmam Reisinger e Turner (2004), o contacto entre turistas e anfitriões de diferentes culturas pode conduzir à aproximação entre eles, dando-lhes uma oportunidade para aprender acerca da cultura do outro e fomentar a interacção social. Refira-se que esta perspetiva inovadora de criar uma oferta turística criativa articula-se de forma harmoniosa com o propósito de preservar e disseminar com dignidade o património cultural local, constituindo, deste modo, um caminho sustentável para a exploração do potencial económico associado ao valor turístico que estes ativos representam para o território.

Sublinhe-se que a componente do património imaterial no concelho de Beja, ainda não tinha sido fortemente transformada em oferta turística criativa. A conciliação da vontade em trabalhar a cultura imaterial para o turismo criativo, com o enquadramento e ferramentas facultadas pelo CREATOUR, permitiu a concretização de uma oferta em turismo criativo no concelho. A criação do projeto teve por base os recursos humanos disponíveis no Município de Beja e a respetiva área territorial. E, portanto, foi assumido pelos intervenientes na área do turismo e da cultura que, numa primeira fase, as três opções de turismo criativo a desenvolver teriam de privilegiar o cante alentejano, a gastronomia regional e a arte de trabalhar o buinho. No entanto, a viabilidade destes produtos depende de uma estratégia efetiva de divulgação quer junto da comunidade bejense, sobretudo junto dos sectores relacionados com o turismo, quer junto dos promotores do sector turístico (agências de viagens, empresas de animação turística, restaurantes, adegas de enoturismo, etc.).

4.1.1. As oficinas em turismo criativo

Nas oficinas criativas, o projeto 'Beja Experience' recorre aos valores patrimoniais presentes no território para conceber e implementar um programa de atividades de carácter experiencial, formativo e criativo que ofereça, também, ao participante um envolvimento com a cultura local. Para o efeito, e como já foi referido anteriormente, foram selecionadas algumas manifestações culturais tradicionais mais representativas do concelho de Beja (artes e ofícios, o canto e a gastronomia) para inspirar a preparação de ações de natureza interativa em que o visitante, consoante a natureza da atividade, poderá observar e/ou participar ativamente nas diversas iniciativas culturais. Trata-se de um projeto que assenta numa perspetiva inovadora para o desenvolvimento turístico do concelho. Por outro lado, pode melhorar a imagem turística do concelho e, também, contribuir para a valorização do património. Portanto, o projeto tem como principais objetivos:

a) Reforçar a oferta turística do concelho através de um produto inovador que complementa a oferta existente ao nível do turismo cultural, com um conjunto de experiências criativas, particularmente assentes nos conteúdos distintivos e singulares da cultura local;

b) Promover e valorizar o património cultural local e regional através de ações que deem visibilidade às características distintivas do seu capital criativo e das suas manifestações culturais tradicionais e que, também, criem valor para os sectores económicos que lhe estão associados;

c) Oferecer ao visitante a possibilidade de participar ativamente na vida cultural e criativa da região, através de experiências baseadas no conceito "*do it yourself*", e que o colocam em contacto com os aspetos mais singulares da identidade e do património local;

d) Fomentar sinergias entre agentes culturais, artistas, criativos e agentes económicos do sector do turismo, que contribuam para uma especialização territorial assente nos valores patrimoniais e na valorização turística e, desta forma, favoreçam o desenvolvimento socioeconómico do território.

4.1.1.1. Oficina de cozinha tradicional

A culinária faz parte da história de um povo e, portanto, ela não só acrescenta valor a um destino, como também contribui para a sua diferenciação. Conhecer e aprender os segredos da cozinha tradicional alentejana no local onde ela foi criada, é o desafio que a ‘Oficina de Cozinha Tradicional’ coloca ao turista criativo (Figura 3). As sessões dão a conhecer os ingredientes e as técnicas que permitem recriar os sabores próprios de uma tradição gastronómica ancestral fortemente influenciada pela cultura árabe, única na capacidade de criar pratos de intenso sabor a partir de uma base simples de azeite, pão e aromáticas (Município de Beja, s/d).

Figura 3 – Oficina de Cozinha Tradicional



Fonte: Maria João Macedo e André Tomé (2019)

4.1.1.2. Oficina de Buinho

O Buinho (*scirpus lacustris*) é uma planta espontânea em Portugal das zonas ribeirinhas ou lagos, normalmente usada na manufatura de cadeiras e bancos. Na arte do buinho, o saber do artesão raramente começa e acaba no fabrico de um artefacto. Para quem trabalha o buinho e dele faz assentos para bancos e cadeiras, esta regra não é exceção. Primeiramente, é necessário ceifar o buinho, secá-lo e armazená-lo em local seco. Também é necessário moldá-lo ao propósito que vai servir. Só depois é que se inicia o processo de aplicação à peça que se tiver em mãos (Município de Beja, s/d). Um artesão experiente pode fazer o assento de um banco em duas ou três horas. Mas, aos participantes nesta oficina não se exige tanta des-

treza, pois apenas se pretende que experimentem as técnicas mais básicas e aprendam alguns conceitos relacionados com esta atividade (Figura 4).

Figura 4 – Oficina de Buinho



Fonte: Maria João Macedo e André Tomé (2019)

4.1.1.3. Oficina de música tradicional

As oficinas de música tradicional oferecem uma oportunidade para aprender sobre o Cante, as suas raízes e a forma de cantar. Nesta iniciativa, os participantes são convidados a cantar e a experimentar em primeira mão a imensa força e beleza do Cante Alentejano (Município de Beja, s/d). O Cante, classificado como Património Cultural Imaterial da Humanidade pela UNESCO em 2014, tem atraído muitos visitantes ao Baixo Alentejo. Na figura (5), é possível observar a participação de jovens na referida iniciativa.

Figura 5 – Oficina de Música Tradicional



Fonte: Maria João Macedo e André Tomé (2019)

4.1.1.4. Serões do Cante

A iniciativa ‘Serões do Cante’ pretende ser um momento de celebração e divulgação do Cante Alentejano. Nesta atividade o visitante e/ou o turista, para além de ouvir o cante, poderá também experienciar o tradicional ambiente da taberna típica, ouvir histórias e memórias associadas ao imaginário do Cante e, ainda, aprender a cantar. Refira-se que o Cante guarda e conta a história das gentes do Alentejo e, por isso, ele faz parte da matriz cultural de Beja. Hoje, este concelho tem mais de 20 grupos corais, atestando a vitalidade do movimento coral e a força que o Cante continua a apresentar na sua vertente mais formal. Informalmente o Cante é omnipresente, e pode continuar a ser escutado um pouco por todo o concelho e, claro, por toda a grande catedral que é a planície alentejana.

Nos ‘Serões do Cante’, o Centro UNESCO para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial convida o visitante a assistir ao ensaio de um dos grupos corais ao final da tarde ou início da noite, com a duração de aproximadamente 40 minutos, e a ter uma oportunidade de ouvir, em ambiente de grande proximidade, esta expressão musical que define o Alentejo e, quem sabe, a entoar uma moda (Município de Beja, s/d).

No âmbito do Projeto CREATOUR, o ‘Beja Experience’ acrescentou, de certo modo, valor à oferta turística no concelho. O Cante e a gastronomia tradicional já são duas manifestações culturais evidentes na divulgação patrimonial e turística da região. Contudo, e no campo do turismo, a introdução da criatividade veio reforçar estas duas singularidades culturais. No que concerne ao buinho, o CREATOUR permitiu que passasse a existir um maior esforço na valorização e preservação da arte de trabalhar o buinho. De facto, este recurso associado ao turismo criativo permite uma maior consciencialização da comunidade para com esta particularidade cultural que faz parte da identidade cultural do concelho de Beja. Por outro lado, enriquece a oferta turística da localidade.

5. Considerações finais

Ao longo deste capítulo foram sucintamente apresentados três projetos de turismo criativo desenvolvidos por municípios da região Alentejo: Reguengos de Monsaraz (Alentejo Central), Beja e Mértola (Baixo Alentejo).

jo). E, tal como referido, estes foram selecionados para integrar o projeto CREATOUR, entre 2017 e 2020, e para desenvolverem atividades de turismo criativo, inovadoras e interativas, alicerçadas em tradições culturais locais, aptidões, conhecimentos e/ou práticas artísticas emergentes, que visem contribuir para o desenvolvimento sustentável dos seus territórios e comunidades.

Como se evidenciou na explanação apresentada em cada uma das atividades, a oferta de turismo criativo por parte dos municípios assenta em algumas das suas singularidades territoriais mais reconhecidas. Os três projetos têm características diferentes porque se sustentam de recursos endógenos e práticas que emergem da vida social e económica de cada um dos territórios, mas também assumem similaridades. Estas advêm do facto dos três projetos integrarem um segmento específico da oferta do turismo – turismo criativo de base cultural – e agregarem dinâmicas e atividades que envolvem os visitantes, de forma ativa, em processos de cocriação de natureza temática diversificada. Também se evidenciou que a participação da comunidade neste processo é essencial para a viabilidade do turismo criativo enquanto vetor do desenvolvimento sustentável a nível local. Importa referir que os três projetos apresentam condições para atrair um perfil de visitante que pretende interagir e relacionar-se com as comunidades locais e a sua cultura (através da criação de artesanato ou outros produtos característicos desses concelhos). Estes visitantes desejam, sobretudo aprender mais sobre aspectos específicos da cultura de uma comunidade por meio da participação ativa com a comunidade local e do desenvolvimento de suas habilidades criativas em oficinas e outras atividades (Richards e Raymond, 2000). Foi possível identificar estas características junto dos participantes nas várias atividades de turismo criativo desenvolvidas nos três territórios, assumindo os turistas o papel de co-criadores, co-produtores e consumidores das experiências.

6. Referências bibliográficas

- Brás, N. (2016). *Festival Islâmico de Mértola. Experiências de uns e de outros*. Dissertação de Mestrado em Marketing, Universidade do Algarve.
- Becerra, S. (1997). Patrimonio cultural, patrimonio antropológico y museos de antropología. *PH Boletín*, 21, 42-52.

- CMM Câmara Municipal de Mértola (2017). *Estratégia Municipal Para o Setor do Turismo - Mértola, 2020* (Breve resumo), Mértola.
- CMRM_a Câmara Municipal de Reguengos de Monsaraz (2020). *Visitar*. Olaria de São Pedro do Corval®. URL: <http://www.cm-reguengos-monsaraz.pt/pt/visitar/Paginas/list-olaria.aspx>
- CMRM_b Câmara Municipal de Reguengos de Monsaraz (2020). *Visitar*. Casa do Barro. URL: <http://www.cm-reguengos-monsaraz.pt/pt/visitar/Paginas/casa-do-barro.aspx>
- Conde, A. (2013). *Mãos que criam. A olaria em S. Pedro do Corval*. Câmara Municipal de Reguengos de Monsaraz.
- Fernandes, I. (2003). Do barro se faz memória. In R. Silva et al (Eds), *Olaria portuguesa. Do fazer ao usar* (pp. 17-33). Lisboa: Assírio & Alvim.
- Ferreira, A., Gonzalez, E., e Libertaio, D. (2018). Turismo criativo e sustentabilidade territorial. XX Congreso Internacional de AECIT'Conocimiento, creatividad e innovación: *hacia el turismo del futuro* <https://aecit.org/files/congress/20/papers/399.pdf>
- Ferreira, T. (2014). *A valorização turística do património culturalimaterial: O caso das Festas Nicolinas*. Dissertação de Mestrado em Economia Social, Universidade do Minho.
- Henriques, J. (1990). *Municípios e Desenvolvimento –Caminhos Possíveis*. Lisboa: Escher Publicações.
- Jesus, P. (2002). *Modelos emergentes de utilização sustentável dos recursos dos sistemas agrosilvopastoris mediterrâneos-Estudo do turismo rural no concelho de Mértola*. Relatório de Trabalho Fim de Curso de Engenharia Florestal, Universidade Técnica de Lisboa.
- Marujo, N., e Santos, N. (2012). Turismo, turistas e paisagem. *Investigaciones Turísticas*, 4, 35-48.
- Pedroso, P. (2007). *Valorização do património cultural. O caso de Mértola*. Dissertação de Mestrado em Marketing, Universidade Técnica de Lisboa.
- Pereiro, X. (2009). *Turismo Cultural. Uma visão Antropológica*. Tenerife: Asociación Canaria de Antropología. <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita2.pdf>
- Read, H. (1973). *O significado da arte*. Lousã: Ulisseia.
- Richards, G., e Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.
- Rolha, J. (2019). *Plano Estratégico de Ação para o Turismo de Mértola | 2018-2022*. Trabalho apresentado no âmbito das provas públicas para atribuição do grau de especialista no Instituto Politécnico de Beja. Beja: IPBeja.
- Santos, J., e Silva, J. (2015). Olaria e Turismo Cultural: reflexões sobre o caso Alentejo-Portugal. *Turismo em Análise*, 26(4), 933-959.
- Shanks, M. (1990). Reading the signs: responses to archaeology after structuralism. In I. Bapty, e T. Yates (Eds.), *Archaeology after Structuralism* (pp. 294-310). London: Routledge.
- Vieira, J. (2007). *Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo*. Editorial Verbo.